

1987. – 342 с. **7.** Pettigrew, Andrew M.. (1988) Competitiveness and the management process Oxford England and New York: B. Blackwell; **8** Richard Whipp The Management of Strategic and Operational Change, 1998, p. 27. **9.** Jarzabkowski, P. 2004. 'Strategy as practice: Recursiveness, adaptation and practices-in-use.' Organization Studies, 25.4: 529-560. **10.** Eric Arne Lofquist. Measuring the Effects of Strategic Change on Safety in a High Reliability Organization. **11.** Stensaker, I. G., (2002) A Change in Plans: A Sensemaking Perspective on Strategy Implementation. Dissertation Department of Strategy and Management. Norwegian School of Economics and Business Administration.

Надійшла до редколегії 24.02.11

УДК 330.33.01(477) (045)

Н.В. ГУРІНЕНКО, НТУ «ХПІ», Харків

МЕТОДИКА ЕТАЛОННОГО ТА УМОВНОГО ЗАДОВІЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ВИЗНАЧЕННІ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ

Статья посвящена проблеме усовершенствования существующих методик оценивания финансовой стойкости предприятия с применением методов условно-удовлетворительного и идеального предприятия.

Стаття присвячена проблемі вдосконалення існуючих методик оцінювання фінансової стійкості підприємства із застосуванням методів умовно-задовільного та ідеального підприємства.

The article deals with improved methods of assessing the financial stability of enterprises using methods conventionally satisfactory and perfect company.

Постановка проблеми. Мета аналізу фінансової стійкості та надійності підприємства – інформаційно забезпечити прийняття рішень, на які істотно впливають фактичні або прогнозні дані про фінансовий стан підприємства. Проблема та **актуальність** дослідження дослідження полягає в одержанні невеликої кількості ключових параметрів, що об'єктивно та всебічно характеризує фінансовий стан підприємства (платоспроможність, фінансову стійкість, незалежність, рентабельність, імовірність банкрутства)

Аналіз останніх досліджень та публікацій. так вчені: Ю.І. Лернер, А.Б. Гончаров, А.М. Поддєрьогін, Т.Б. Кузенко, О.В. Яріш, Ю.А. Соколов, Н.В. Балабанова, І.Б. Олексів. Аналіз економічної літератури свідчить про наявність різноманітних тлумачень сутності фінансової стійкості підприємства, а також про відсутність єдиної думки щодо групування та способу обчислення показників її оцінки. Вимагають подальшого розвитку питання розробки конкретних механізмів пошуку і реалізації внутрішніх резервів підвищення фінансової стійкості підприємств.

Мета та завдання статті. Мета дослідження полягає у вдосконаленні існуючих методик оцінювання фінансової стійкості підприємства із застосуванням методів умовно-задовільного та ідеального підприємства.

Основна частина. Метод «еталонного» підприємства.

1. Вихідні дані представляються у вигляді матриці $A = \{a_{ij}\}$, де по рядках записані номери показників ($i=1..n$), а по стовпцях – номери підприємств ($j=1..m$)

2. За кожним показником знаходиться максимальне значення й заноситься в стовпець умовного еталонного підприємства ($m+1$).

3. Вихідні показники матриці стандартизуються (табл. 2) відносно відповідного показника еталонного підприємства за формулою:

$$x_{ij} = \frac{a_{ij}}{\max_j a_{ij}} \quad (1)$$

4. Для кожного аналізованого підприємства значення його рейтингової оцінки визначається за формулою:

$$R_j = \sqrt{(1 - x_{1j})^2 + (1 - x_{2j})^2 + \dots + (1 - x_{nj})^2} \quad (2)$$

де R_j – рейтингова оцінка для j -го підприємства,

$x_{1j}, x_{2j}, \dots, x_{nj}$ – стандартизовані показники j -го підприємства.

5. Підприємства впорядковуються по зниженню рейтингової оцінки. Найвищий рейтинг має підприємство з мінімальним значенням R .

Алгоритм одержання рейтингової оцінки можна дещо модифікувати, використовуючи одну з нижченаведених формул:

$$R_j^* = \sqrt{a_{1j}^2 + a_{2j}^2 + \dots + a_{nj}^2} \quad (3)$$

$$R_j^{**} = \sqrt{k_1 a_{1j}^2 + k_2 a_{2j}^2 + \dots + k_n a_{nj}^2} \quad (4)$$

$$R_j^{***} = \sqrt{k_1 (1 - a_{1j})^2 + k_2 (1 - a_{2j})^2 + \dots + k_n (1 - a_{nj})^2} \quad (5)$$

де k_1, k_2, \dots, k_n – вагові коефіцієнти показників, призначувані експертом.

Формула (3) визначає рейтингову оцінку для j -го підприємства по максимальному видаленню від початку координат, а не по мініимальному відхиленню від підприємства-еталона, (4) урахує значимість показників, обумовлену екс-

пертним шляхом, (5) урахує значимість окремих показників при розрахунку рейтингової оцінки стосовно підприємства-еталона.

Як показує практика, часто при ухваленні рішення про вибір ділового партнера менеджери компаній оцінюють фінансовий стан майбутнього партнера не з погляду близькості до еталонного, а з погляду віддаленості від критичного. Умовне еталонне підприємство визначається виходячи з максимальних значень показників досліджуваних підприємств. А що якщо всі підприємства з вибірки працюють погано? Ми можемо визначити тільки яке підприємство працює ще гірше чим інші, а яке відносно краще. Тому виникає необхідність введення поняття “умовного задовільного підприємства” при виборі бази відліку рейтингової оцінки. Переваги цього методу обрахунку стійкості та надійності роботи підприємства перед методом еталонного підприємства наступні:

1) Значимість показників визначається експертним шляхом, тобто рейтинг підприємства залежить від суб'єктивної думки експерта, що може помилитися або бути некваліфікованим.

2) Розпливчастість поняття «умовного задовільного підприємства», як визначити нормативні коефіцієнти.

3) Доводиться щораз проробляти зайву роботу: розраховувати ряд еталонних показників, запрошувати експертів для проведення оцінки їхньої значимості й т.д.

У загальному виді алгоритм визначення рейтингового числа аналізованого підприємства при проведенні рейтингової експрес-оцінки фінансового стану виглядає в такий спосіб. Рейтингове число визначається за формулою

$$R = \sum_{i=1}^L \frac{1}{LN_i} K_i \quad (6)$$

де L – число показників, використовуваних для рейтингової оцінки,

N_i – нормативні вимоги для i -го коефіцієнта,

K_i – i -й коефіцієнт,

$\frac{1}{LN_i}$ – вагарні індекс i -го коефіцієнта.

Легко побачити, що при повній відповідності значень фінансових коефіцієнтів K_1, \dots, K_L їхнім нормативним рівням рейтинг підприємства буде дорівню-

вати 1, обраної як рейтинг умовного задовільного підприємства. Фінансовий стан підприємства з рейтинговою оцінкою менше за 1 характеризується як незадовільний.

На підставі викладеного, можна визначити вимоги, яким повинна задовольняти система фінансових коефіцієнтів з погляду ефективності рейтингової оцінки фінансового стану:

1) Фінансові коефіцієнти повинні бути максимально інформативними й давати цілісну картину стабільності фінансового стану.

2) В економічному змісті фінансові коефіцієнти повинні мати однакову спрямованість (позитивну кореляцію, тобто ріст коефіцієнта означає поліпшення фінансового стану).

3) Для всіх показників повинні бути зазначені числові нормативи мінімального задовільного рівня або діапазону змін.

4) Фінансові коефіцієнти повинні розраховуватися тільки за даними публічної бухгалтерської звітності.

5) Фінансові коефіцієнти повинні давати можливість проводити рейтингову оцінку організації як у просторі (тобто в порівнянні з іншими організаціями), так і в часі (за ряд періодів).

Оцінка господарської (фінансової) діяльності здійснюється за допомогою формули:

$$O = \sum_{i=1}^n (B_i E_i) \quad (7)$$

де B_i – кількість балів по i -му критерію;

E_i – вага i -го критерію.

Розраховані оцінки дозволяють визначити групу, до якої відноситься підприємство:

Група1 (успіх) 2,75-5 і більше балів

Група2 (стійка рівновага) 1,75-2,74 балів

Група3 (хитка рівновага) 1-1,74 балів

Група4 (криза) 0,99 і менше балів.

Висновки та перспективи подальших досліджень

1) Застосування запропонованих методик еталонного та умовно задовільного підприємства дозволяє проаналізувати стан підприємств за досліджуваний період та визначити зону їх знаходження відносно інших підприємств галузі та відносно критичної межі, за якою починається зона критичного ризику.

2) Новизна методів умовного задовільного підприємства та еталонного підприємства полягає в тому, що автором на основі застосування математично-статистичного та евристичного методів дослідження було встановлено та виділено ті ключові показники, що знаходяться в тісній кореляції зі станом підприємства (тобто зростання показників означає зростання фінансової стійкості підприємства)

3) Розроблена система показників та методика рейтингової експрес-оцінки підприємства дозволяє застосовувати її в практичній діяльності керівників та менеджерів українських підприємств та при проведенні аналізу сегментів ринку чи то конкурентів.

Список літератури: 1. Гончаров А.Б. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. – Х.:ВД «ІН-ЖЕК», 2003 р. – 240 с. 2. Грачова Р. Як визначити реальний фінансово-майновий стан свого підприємства // Дебет-Кредит. – 2000. – №34. 3. Методи оцінювання і планування економічних показників діяльності підприємства: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / І.Б. Олексів / Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Л., 2003. – 18 с.: рис., табл. – укр. 4. Планування економічної безпеки підприємств в умовах ринкової економіки: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Т.Б. Кузенко; Європ. ун-т фінансів, інформац. систем, менеджменту і бізнесу. – К., 2004. – 18 с.: рис. – укр. 5. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 460 с. 6. Фінансова стійкість підприємств торгівлі та її забезпечення в умовах трансформації національної економіки: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.04.01 / І.М. Бурденко; Укр. акад. банк. справи. – Суми, 2002. – 19 с. – укр. 7. Шеремет А.Д. Методика фінансового аналізу. М:Инфра-М, 1996. – 176 с. 8. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз. Навчальний посібник. – К.: Міленіум, 2003.-160 с.

Надійшла до редколегії 18.02.11

УДК 339.138.

Д.М. ЗЮБАНОВА, студентка, НТУ «ХП», Харків

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ КОМПЛЕКСУ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

В статье рассматриваются элементы комплекса маркетинга, освещается их сущность и особенности использования. Анализируются различные подходы к классификации элементов комплекса маркетинга. Отмечается важность влияния комплекса маркетинга на эффективное продвижение товара на международных рынках.